

## **LAMPIRAN 1**

## KUISIONER PENELITIAN

### PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS BUKALAPAK.COM

#### A. Identitas Responden

Nama Lengkap :  
Alamat :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Program Studi :  
Angkatan :

#### B. Isilah pertanyaan berikut sesuai dengan jawaban anda

1. Barang apa yang pernah atau sering anda beli diBukalapak.com?  
Jawab : \_\_\_\_\_
2. Berkisar harga berapa barang yang sering anda beli diBukalapak.com?  
Jawab : \_\_\_\_\_

#### C. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Jawablah masing-masing pertanyaan atau pernyataan dibawah ini sesuai dengan penilaian anda mengenai “Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap BukaLapak.com”.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari lima jawaban yang sesuai dengan pilihan anda dengan cara memberi centang (√) pada salah satu kolom yang telah tersedia.
3. Keterangan jawaban antara lain sebagai berikut:

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS

### Keterangan

<b>1</b>	<b>STS</b>	Sangat Tidak Setuju
<b>2</b>	<b>TS</b>	Tidak Setuju
<b>3</b>	<b>N</b>	Netral
<b>4</b>	<b>S</b>	Setuju
<b>5</b>	<b>SS</b>	Sangat Setuju

### 1. Variabel Promosi *Online*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
<b>1</b>	Adanya iklan BukaLapak.com pada sosial media membuat saya mengetahui BukaLapak.com					
<b>2</b>	Adanya pelayanan konsumen atau pengaduan masalah yang baik dari situs BukaLapak.com membuat saya percaya untuk berbelanja.					
<b>3</b>	Adanya promosi potongan harga atau diskon yang dilakukan BukaLapak.com menarik bagi saya.					
<b>4</b>	Pemberian hadiah atau bonus pembelian yang ditawarkan BukaLapak.com menarik bagi saya.					

## 2. Variabel Persepsi Harga

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Harga yang ditawarkan oleh situs BukaLapak.com masih terjangkau bagi saya.					
2	Harga produk pada situs BukaLapak.com terbilang murah dibandingkan situs jual beli online lainnya					
3	Harga yang ditawarkan BukaLapak.com tidak jauh dari prediksi saya					
4	Harga yang ditawarkan BukaLapak.com sesuai dengan kualitas produknya					
5	Harga yang ditulis ganjil pada situs BukaLapak.com menarik perhatian saya untuk membeli.					
6	Harga produk yang sesuai keinginan saya ditetapkan oleh BukaLapak.com dengan periode yang sebentar.					

## 3. Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Berbelanja di BukaLapa.com memudahkan saya dalam pencarian barang yang saya inginkan					
2	Karena kemudahan pencarian barang pada situs BukaLapak.com menjadikan saya berbelanja.					
3	Informasi yang saya dapatkan dari teman bahwa BukaLapak.com sangat terpercaya untuk proses pembelian online menjadikan saya melakukan pembelian.					

<b>4</b>	Karna ketertarikan pada promosi yang dilakukan situs BukaLapak.com sehingga saya berbelanja disitus BukaLapak.com					
<b>5</b>	Kemudahan dalam berbelanja dan transaksi menjadikan saya berbelanja di situs BukaLapak.com.					
<b>6</b>	Kepuasan yang dirasakan teman saya pada saat melakukan pembelian di situs BukaLapak.com menjadikan saya yakin untuk berbelanja di BukaLapak.com.					
<b>7</b>	Saya merasa puas dengan proses pembelian di BukaLapak.com dan barang yang saya pesan sesuai dengan yang diharapkan.					
<b>8</b>	saya akan rekomendasikan kepada teman tentang kemudahan, keamanan dan keterpercayaan pada disitus BukaLapak.com.					

## **LAMPIRAN 2**

## Uji Validitas

### 1. Promosi *Online*

#### Correlations

		PO1	PO2	PO3	PO4	TOTAL.PO
PO1	Pearson Correlation	1	,775**	,664**	,671**	,886**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
PO2	Pearson Correlation	,775**	1	,634**	,576**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
PO3	Pearson Correlation	,664**	,634**	1	,819**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
PO4	Pearson Correlation	,671**	,576**	,819**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL.PO	Pearson Correlation	,886**	,841**	,898**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Persepsi Harga

**Correlations**

		PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	TOTAL.PH
PH1	Pearson Correlation	1	,568**	,481**	,481**	,431*	,425*	,756**
	Sig. (2-tailed)		,001	,007	,007	,017	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PH2	Pearson Correlation	,568**	1	,598**	,613**	,297	,334	,756**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,111	,071	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PH3	Pearson Correlation	,481**	,598**	1	,555**	,253	,320	,726**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,001	,177	,085	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PH4	Pearson Correlation	,481**	,613**	,555**	1	,440*	,571**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,001		,015	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PH5	Pearson Correlation	,431*	,297	,253	,440*	1	,507**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,017	,111	,177	,015		,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PH6	Pearson Correlation	,425*	,334	,320	,571**	,507**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,019	,071	,085	,001	,004		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL.PH	Pearson Correlation	,756**	,756**	,726**	,830**	,651**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



### 3. Keputusan Pembelian

**Correlations**

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	TOTAL.KP
KP1	Pearson Correlation	1	,257	,081	,290	,128	,197	,540**	,274	,597**
	Sig. (2-tailed)		,170	,670	,120	,501	,296	,002	,143	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	,257	1	,259	,297	,252	,445*	,273	,223	,604**
	Sig. (2-tailed)	,170		,167	,111	,178	,014	,145	,236	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	,081	,259	1	,467**	,326	,099	,128	,094	,488**
	Sig. (2-tailed)	,670	,167		,009	,079	,601	,499	,621	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	,290	,297	,467**	1	,343	,271	,266	-,024	,599**
	Sig. (2-tailed)	,120	,111	,009		,063	,148	,155	,898	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	,128	,252	,326	,343	1	,329	,378*	,443*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,501	,178	,079	,063		,076	,039	,014	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	,197	,445*	,099	,271	,329	1	,209	,171	,574**
	Sig. (2-tailed)	,296	,014	,601	,148	,076		,267	,366	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	,540**	,273	,128	,266	,378*	,209	1	,422*	,680**
	Sig. (2-tailed)	,002	,145	,499	,155	,039	,267		,020	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	,274	,223	,094	-,024	,443*	,171	,422*	1	,566**
	Sig. (2-tailed)	,143	,236	,621	,898	,014	,366	,020		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL.KP	Pearson Correlation	,597**	,604**	,488**	,599**	,669**	,574**	,680**	,566**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,006	,000	,000	,001	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## **LAMPIRAN 3**

## Uji Reliabilitas

### 1. Promosi *Online*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	4

### 2. Persepsi Harga

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	6

### 3. Keputusan Pembelian

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	8

## **LAMPIRAN 4**

## Analisis Data

### 1. Uji F (Simultan)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,843	2,484		9,196	,000
	TOTALPO	,270	,108	,218	2,498	,014
	TOTALPH	,189	,094	,175	2,000	,048

a. Dependent Variable: TOTALKP

### 2. Uji t (Parsial)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,062	2	45,031	6,246	,003 <sup>b</sup>
	Residual	886,763	123	7,209		
	Total	976,825	125			

a. Dependent Variable: TOTALKP

b. Predictors: (Constant), TOTALPH, TOTALPO

### 3. Uji R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,304 <sup>a</sup>	,092	,077	2,685

a. Predictors: (Constant), TOTALPH, TOTALPO